

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Podstawy zarządzania w branży muzycznej
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Fundamentals of music business management
Kierunek studiów	Muzykologia
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Stacjonarne
Dyscyplina	Zajęcia interdyscyplinarne: - Dziedzina nauk humanistycznych: nauki o sztuce - Dziedzina sztuki: sztuki muzyczne - Dziedzina nauk społecznych: nauki o zarządzaniu i jakości
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	dr hab. szt. muz. Iwona Sawulska
---	----------------------------------

Forma zajęć	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
Wykład	30	IV	3

Wymagania wstępne	Zainteresowania dotyczące kultury muzycznej w kontekście współczesnego społeczeństwa. Ogólna orientacja w formach animowania działań w kulturze, instytucjach kultury ich strukturze i roli społecznej, wizerunkowej, edukacyjnej. Potrzeba stałego poszerzania wiedzy kierunkowej.
-------------------	---

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

Poznanie różnych modeli zarządzania w instytucjach kultury muzycznej, pojmowanie idei zarządzania humanistycznego, podstawy innych dyscyplin, związanych z szeroko rozumianą kulturą muzyczną. Umiejętność uczestnictwa i partycypowania w projektach i grantach przypisanych dla działań muzycznych. Zyskanie wiedzy teoretycznej, pozwalającej na realizowanie lub powiększenie skali własnych projektów kulturalnych na tzw. rynku muzycznym. Zestawienie najważniejszych instytucji kultury muzycznej w Polsce, Europie, świecie - możliwości ich finansowania wg nowoczesnych schematów rynkowych. Świadomość wzajemnej synergii sztuk i nowatorskich sposobów ich promowania. Pojmowanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury muzycznej w Polsce - w szerokim kontekście europejskiego i światowego rynku muzycznego. Instytucje współprowadzone, znajomość potrzebnych aktów prawnych oraz zasad prawidłowego stosowania prawa autorskiego, medialnego i prawa pracy.
---

**III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_01	Student zna specyfikę, zasady funkcjonowania i misję muzycznych instytucji kultury, ośrodków muzycznych i placówek edukacyjnych posiadając przy tym uporządkowaną wiedzę szczegółową dotyczącą przemian kulturowych i zmian prawnych w działalności instytucji muzycznych, a także jest świadomy nowych zjawisk zachodzących w kulturze muzycznej.	K_W12
W_02	Student ma wiedzę z zakresu planowania, realizacji i doskonalenia działań niezbędnych w aktywności zawodowej w branży muzycznej i zna sposoby radzenia sobie z wyzwaniami na współczesnym rynku pracy. Student ma ugruntowaną i uporządkowaną wiedzę ogólną w zakresie zagadnień, dotyczących funkcjonowania aktualnie działających instytucji kultury muzycznej w Polsce, w kontekście ogólnych zjawisk kultury europejskiej i światowej.	K_W14

W_03	Student zna etyczne aspekty działalności w branży muzycznej. Student ma ugruntowaną wiedzę o najważniejszych trendach współczesnego życia artystycznego, możliwościach rozwoju instytucji muzycznych, ze świadomością istniejących barier społecznych i ekonomicznych.	K_W16
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Student jest gotowy do przestrzegania zasad etyki zawodowej w branży muzycznej posiadając umiejętność trafnego charakteryzowania zjawisk muzycznych w kontekście kultury ogólnej. Student orientuje się we współczesnych środowiskach twórców i odbiorców sztuki. Student rozumie dynamikę zmian w instytucjach kultury muzycznej i jest gotowy do obserwowania zachodzących w nich tendencji rozwojowych.	K_K03
K_02	Student jest gotowy do podejmowania działań w zakresie przekazywania wiedzy o muzyce i animowania życia muzycznego w roli lidera lub uczestnika mając świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumiejąc konieczność ciągłego poszerzania wiedzy, dokształcania się i zdobywania nowych, aktualnych informacji, dotyczących obszarów działalności kulturalnej w życiu muzycznym. Student jest gotowy do podejmowania działań w zakresie inicjowania działalności w branży muzycznej, powiększania swojego kręgu kontaktów zawodowych i kreowania własnej kariery zawodowej	K_K08

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe**

Treść ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej - zastosowanie kluczowych działów i artykułów. Organizacja i struktura instytucji muzycznych w kontekście współczesnych realiów - różne style zarządzania. Diagnoza i zarządzanie zmianą w branży muzycznej na tle szybko zachodzących zmian kulturowych i gospodarczych. Humanistyczne aspekty projektowania wydarzeń muzycznych. Podstawy prawne nawiązywania współpracy z innymi instytucjami kultury, formy i obszary zawieranych umów. Podstawy prawa pracy a zarządzanie kapitałem ludzkim z perspektywy prowadzenia muzycznych instytucji kultury. Planowanie budżetu w muzycznych instytucjach kultury, zasady tworzenia planów repertuarowych. Działalność organizacji pożytku publicznego i organizacji non profit w obszarze kultury muzycznej. Trafne oszacowanie ryzyka w organizowaniu imprez masowych. Udział mediów (prasa, radio telewizja i Internet) w upowszechnianiu i promowaniu kultury muzycznej. Bezkosztowe oraz niskobudżetowe formy promocji i reklamy w branży muzycznej. Funkcje Public Relations w osiąganiu pożądanych wyników nośności wydarzenia muzycznego. Przykładowa analiza muzycznych imprez cyklicznych w Polsce. Budowanie marki i prestiżu w branży muzycznej na arenie międzynarodowej - na przykładach imprez jednostkowych i cyklicznych. Nowe formy międzynarodowej współpracy kulturalnej.

**V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

Symbol efektu	Metody dydaktyczne	Metody weryfikacji	Sposoby dokumentacji
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Wykład problemowy	Obserwacja	Protokół
W_02	Wykład konwersatoryjny		
W_03	Burza mózgów i dyskusja		
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01	Metoda obserwacji uczestniczącej	Obserwacja	Protokół
K_02	Metoda obserwacji		

**VI. Kryteria oceny, wagi...**

Warunkiem niezbędnym do uzyskania oceny pozytywnej jest frekwencja na zajęciach mieszcząca się w limitach zapisanych w Regulaminie studiów KUL, regularne przygotowywanie się do zajęć, aktywny w nich udział (w zakresie przewidzianym formą zajęć) oraz realizowanie we wskazanych terminach i zgodnie z otrzymanymi zaleceniami zadań wyznaczonych przez prowadzącego (prace cząstkowe, referaty, eseje, prezentacje, analizy,

itp.). Formę końcowego kolokwium (z odniesieniem do określonych efektów uczenia się) wskazano w punkcie V niniejszej karty przedmiotu (metody weryfikacji). Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną oceny uzyskanej na końcowym kolokwium i wszystkich ocen cząstkowych uzyskanych przez studenta na zajęciach.

Ocena bardzo dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu bardzo dobrym (przygotowanie do zajęć, dokładna i prawidłowa analiza prezentowanych zagadnień, maksymalne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dobrym (przygotowanie do zajęć w zakresie większości omawianych zagadnień, prawidłowa analiza i ocena prezentowanych zagadnień, znaczne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena dostateczna	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dostatecznym (przygotowanie do zajęć w stopniu wystarczającym, wystarczająca analiza i ocena prezentowanych zagadnień, niewielkie zainteresowanie omawianą problematyką zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena niedostateczna	Niezrealizowanie założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się (przygotowanie do zajęć w zakresie minimalnym, powolna analiza i ocena prezentowanych zagadnień, brak zainteresowania omawianą problematyką oraz zaangażowania w pracę podczas zajęć).

### VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	60

Do realizacji przez studenta zaleconych działań w ramach pracy indywidualnej zalecane są następujące pomoce naukowe, które student ma obowiązek zorganizować we własnym zakresie: notatnik lub laptop do sporządzania notatek. Uczelnia zapewnia dostęp do następujących pomocy naukowych: wydruki materiałów niezbędnych do realizacji zajęć dydaktycznych, dostęp do biblioteki, fonoteki i wybranych internetowych platform naukowych z literaturą naukową, bezpłatny dostęp do Internetu na terenie kampusu (zgodnie z obowiązującymi na Uczelni procedurami), dostęp do sprzętu audio (odtwarzacz płyt CD – w wybranych salach).

### VIII. Literatura

Literatura podstawowa
C. Hampden-Turner - Zarządzanie personelem w organizacjach zróżnicowanych kulturowo, Kraków 2005
E. Orzechowski, K. Plebańczyk, Ł. Gawęł - Zarządzanie w kulturze T. 4, wyd. UJ, 2001
A. Murdoch - Język Public Relations: jak promować firmę, wyd. Poltext, Warszawa, 2000
J. Majchrzak - Zarządzanie zmianami w przedsiębiorstwie, Poznań, 2002
K. Cameron, R. Quinn - Kultura organizacyjna - diagnoza i zmiana, Kraków, 2003
Ł. Burkiewicz - Kultura na rynku, wyd. WAM, 2017
R. Wawrzyniec - Zarządzanie publiczne w lokalnym sektorze kultury, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, 2020
Z. Knecht (red.) - Public Relations na tle problemów zarządzania, Wrocław, 2001
A. Pluszyńska, A. Konior, Ł. Gawęł - Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka, PWN, 2020
A. Gregory - Public Relations w praktyce, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 1996
P. Kotler - Kotler o marketingu. Jak kreować i opanowywać rynki, Kraków, 1999
MEAKULTURA - <a href="http://www.fundacjameakultura.pl">www.fundacjameakultura.pl</a>
Portal Narodowego Centrum Kultury <a href="http://www.nck.pl">www.nck.pl</a>
Marta Sołtys - Manager muzyczny, Ms Muse Marta Sołtys 2021
Anna Anetta Janowska - Muzyka i biznes. Od gramofonu do streamingu. SGH Oficyna Wydawnicza 2022
Literatura uzupełniająca
J. Koralewicz, M. Ziółkowski - Mentalność Polaków, Wyd. naukowe SCHOLAR/Collegium Civitas Press, Warszawa, 2003
L. Zbiegień - Maciąg - Kultura w organizacji. Identyfikacja kultur znanych firm, PWN, 1999
Raporty o stanie kultury. Wnioski i rekomendacje. NCK
Polskie Centrum Informacji Muzycznej - <a href="http://www.polmic.pl">www.polmic.pl</a>